

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan deskripsi hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara *visual merchandising* (tampilan visual) dengan keputusan pembelian Naga Swalayan pada warga RW. 03 Kelurahan Marga Mulya Kecamatan Bekasi Utara di Kota Bekasi. Hal ini ditunjukkan dari nilai $t_{hitung} = 4,988 > t_{tabel} = 1,69$ dan hubungan antara *visual merchandising* (tampilan visual) dengan keputusan pembelian memiliki persamaan regresi $\hat{Y} = 33,14 + 0,67 X$ yang menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu skor *visual merchandising* (tampilan visual) (X) akan mengakibatkan kenaikan keputusan pembelian (Y) sebesar 0,67 skor pada konstanta 33,14.

Keputusan pembelian ditentukan oleh *visual merchandising* (tampilan visual) sebesar 39,56% dan sisanya 60,44% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain, seperti kualitas layanan dan citra toko.

B. Implikasi

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, bahwa terdapat hubungan yang positif antara *visual merchandising* (tampilan visual) dengan keputusan pembelian Naga Swalayan pada warga RW. 03 Kelurahan Marga Mulya Kecamatan Bekasi Utara di Kota Bekasi. Hal ini membuktikan bahwa

visual merchandising (tampilan visual) merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.

Dari hasil analisis pengolahan data, terlihat bahwa pada variabel keputusan pembelian, indikator membandingkan keunggulan mempunyai persentase skor dominan paling tinggi sebesar 20,38% dan indikator pencarian informasi mempunyai persentase skor dominan terendah sebesar 19,20%. Sedangkan, pada variabel *visual merchandising* (tampilan visual) indikator *promotional signage* (tanda petunjuk promosi) mempunyai persentase skor dominan paling tinggi sebesar 9,70% dan indikator *cut boxes display* (displai produk menggunakan karton) mempunyai persentase skor dominan terendah sebesar 8,51%.

Berdasarkan hasil tersebut, Implikasi dari penelitian ini adalah bahwa untuk lebih meningkatkan keputusan pembelian pada konsumen, Naga Swalayan dapat mempertahankan penerapan indikator yang memiliki skor dominan tertinggi dari kedua variabel tersebut dan menaruh perhatian lebih besar terhadap indikator yang memiliki skor dominan terendah sehingga dapat berujung pada optimalisasi laba yang akan didapat oleh perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan seharusnya mengadakan perbaikan-perbaikan seperti yang akan peneliti paparkan dalam bagian saran dibawah ini.

C. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi yang dikemukakan di atas, saran - saran yang kiranya dapat diberikan oleh peneliti untuk meningkatkan keputusan pembelian adalah :

1. Naga Swalayan sebagai perusahaan ritel, sebaiknya membuat inovasi / pembaharuan terhadap *visual merchandising* (tampilan visual) khususnya pada bagian *cut boxes display* (displai produk menggunakan karton) agar terlihat lebih menarik lagi sehingga konsumen lebih memilih datang ke toko tersebut dan melakukan keputusan pembelian.
2. Naga Swalayan juga harus lebih memperhatikan kerapihan dan kebersihan di dalam toko agar konsumen merasa senang dan nyaman sehingga konsumen ingin datang kembali dan melakukan keputusan pembelian.
3. Naga swalayan perlu juga mempromosikan produknya melalui media massa seperti brosur, iklan di koran dan lain sebagainya agar konsumen lebih mengetahui dan akhirnya melakukan keputusan pembelian di toko tersebut.